

1. Ringkasan Eksekutif & Perjanjian Kerahasiaan

Ringkasan Eksekutif (Executive Summary)

Dunia di hebohkan dengan adanya pandemi yang terus berlanjut dan tidak ada yang tahu kapan akan berakhir. Membuat setiap orang harus memakai masker dan menutup hampir sebagian wajah mereka saat beraktifitas di luar. Membuat kulit wajah tidak merata dan banyaknya masalah kulit yang muncul karena satu dan lain hal. Kondisi yang tidak pasti membuat orang – orang sulit melakukan beberapa aktifitas di luar dan lebih memilih lebih beraktifitas di dalam rumah mereka masing – masing.

Keterbatasan ekonomi yang mejadi salah satu dampak dari adanya pandemi ini membuat orang-orang lebih banyak menyimpan uang mereka untuk hal-hal yang lebih penting. Sampai sampai merea lupa untuk merawat dir mereka masing-masing. Untuk itu dibutuhkan solusi mengatasi masalah wajah tanpa harus keluar dan bertemu banyak orang untuk melakukan sebuah perawatan. GET RUMI INDONESIA menyajikan produk masker kecantikan wajah dengan jenis peel off mask yang dapat digunakan semua orang teruntuk kaum millenials dan juga gen z yang sering melakukan aktifitas di luar rumah. Sensasi peel off yang tidak sakit ketika di cabut memiliki sensasi tersendiri bagi pengguna masker kecantikan ini.

Dengan harga yang sangat terjangkau membuat orag-orang tidak perlu ragu untuk membeli dan menggunakan GET RUMI INDONESIA. Hanya cukup mengocek harga 39.000 ribu sudah dapat 1 produk GET RUMI INDONESIA dengan pemakaian bisa mencapai 3-4 kali sesuai dengan ukuran wajah setiap orang. Dengan bahan bahan pilihan yang dapat membantu mengatasi masalah wajah setiap individu dengan berbagai karakteristik wajah yang berbeda, GET RUMII INDONESIA menyediakan 2 varian masker antara lain varian ‘ Summer Peach’ untuk semua jenis kulit dan juga varian ‘Blue Ocean’ untuk kulit wajah yang sensitive.

Bekerjasama dengan sosial media yang menjadi senjata andalan setiap orang untuk melakukan purchase suatu barang untuk meminimalisir kontak langusng dengan orang lain, GET RUMI INDONESIA melakukan promosi dan juga target penjualan di social media kami antara lain Instagram,Shopee,WhatsApp dan juga Tiktok. Dengan target utama kaum millennials dan juga gen-z yang gemar untuk merawat wajah.Target penjualan yang akan cukup melonjak di saat orang-orang mengenal GET RUMI INDONESIA melalui social media kami dan juga endorsement yang kami lakukan ke beberapa selebgram , influencer dan juga beauty blogger untuk mempromosikan ke orang-orang tentang masker kecantikan kami. Yang nantinya akan menjadi masker favorite semua orang dengan harga yang sangat terjangkau dengan bahan-bahan pilihan yang dapat membantu mengatasi masalah wajah.

Non Disclosure Agreement [NDA]

SURAT PERNYATAAN PERJANJIAN KERAHASIAAN (NON DISCLOSURE AGREEMENT)

ANTARA
PT GET RUMI
Dengan
PT YUHU MANJAH
Dalam hal
Perihal
Kerjasama GET RUMI

Perjanjian Kerahasiaan (Non Disclosure Agreement) ini (untuk selanjutnya disebut sebagai "Perjanjian Kerahasiaan") dibuat dan ditandatangani berdasarkan Surat Permohonan NO:12345678910, tanggal 5 bulan oktober tahun 2020, dengan ketentuan dan di sepakati antara :

I. PT GET RUMI di wakili oleh:

Nama : VIONOLA VABRELLA
NIP : 0987654321
Pangkat/Jabatan : OWNER PT GET RUMI
,selanjutnya disebut sebagai **PIHAK PERTAMA**

II. PT YUHU MANJAH

Nama : ARIFIN HUSTIADI
Pangkat/Jabatan : DIREKTUR PT YUHU MANJAH
,untuk selanjutnya disebut sebagai **PIHAK KEDUA**

PIHAK PERTAMA dan **PIHAK KEDUA** selanjutnya secara bersama-sama disebut sebagai "**PARA PIHAK**".

PARA PIHAK dengan ini menjelaskan dan menyatakan sebagai berikut :

1. Bahwa **PIHAK PERTAMA** adalah perwakilan **OWNER** dari **PT GET RUMI** Bahwa **PIHAK KEDUA** adalah **DIREKTUR** dari **PT YUHU MANJAH**
2. Bahwa **PIHAK PERTAMA** memberikan akses untuk mengetahui alur kerja dan data yang dibutuhkan dalam rangka pengembangan produk yang merupakan suatu informasi yang bersifat rahasiakepada **PIHAK KEDUA**.
3. Bahwa **PARA PIHAK** menjamin bahwa informasi yang diberikan dan disampaikan baik secara lisan, tertulis, grafik atau yang disampaikan melalui media elektronik atau informasi dalam bentuk lainnya selama berlangsungnya pembicaraan dan/atau selama

pelaksanaan kerjasama akan dijaga kerahasiannya dari pihak ketiga maupun pihak terafiliasi dari **PARA PIHAK** dan akan dipergunakan hanya untuk kepentingan **PARA PIHAK**.

4. Perjanjian Kerahasiaan ini berlaku sejak tanggal sebagaimana tersebut di atas, semua informasi-informasi rahasia yang telah diberikan oleh **PARA PIHAK** akan selalu menjadi rahasia dan mengikat **PARA PIHAK** tanpa memandang pemutusan dan/atau berakhirnya Perjanjian Kerjasama ("Periode Perjanjian Kerahasiaan").
5. **PIHAK KEDUA** tidak akan mengungkapkan kepada pihak ketiga maupun pihak terafiliasi atas sesuatu Informasi rahasia yang telah diterimanya berdasarkan Pejanjian Kerahasiaan ini baik secara keseluruhan ataupun sebagian selama Periode Perjanjian Kerahasiaan ini dan **PIHAK KEDUA** menyatakan bahwa kewajiban tentang kerahasiaan tersebut akan tetap berlaku dalam hal pengakhiran Perjanjian Kerahasiaan ini.
6. **PIHAK KEDUA** akan :
 - a. mempergunakan paling tidak dengan tingkat usaha perlindungan terhadap informasi tersebut sepanjang bahwa tingkat perlindungan yang diberikan cukup layak untuk mencegah adanya pengungkapan yang tidak tepat atau penggunaan yang tidak sah atas informasi tersebut;
 - b. atas penemuan sesuatu pengungkapan yang tidak tepat atau penggunaan yang tidak sah atas informasi tersebut maka dengan segera akan melakukan usaha-usaha yang layak untuk mencegah sesuatu pengungkapan atau penggunaan yang tidak benar lebih lanjut terhadap informasi tersebut
7. **PIHAK KEDUA** tidak akan melakukan pengambilan hak akses atau seluruh bentuk tindakan yang dapat menyebabkan perubahan konfigurasi dan mempengaruhi kinerja sistem informasi yang telah bekerja tanpa seizin dari **PIHAK PERTAMA**
8. **PARA PIHAK** menjamin kerahasiaan terkait pengembangan produk GET RUMI dan bertanggung jawab penuh terhadap pemanfaatan aplikasi tersebut.
9. Atas permintaan dari **PIHAK PERTAMA** atau setelah berakhirnya Perjanjian Kerjasama, yang mana yang terlebih dahulu, **PIHAK KEDUA** akan berhenti untuk mempergunakan informasi yang diterimanya dari **PIHAK PERTAMA** dan akan memusnahkan semua informasi tersebut, termasuk sesuatu salinan dari informasi tersebut, akan melengkapinya dengan suatu pemberitahuan tertulis mengenai pemusnahan terhadap informasi tersebut kepada **PIHAK PERTAMA** atau atas permintaan **PIHAK PERTAMA**, akan mengembalikan informasi tersebut kepada **PIHAK PERTAMA**.
10. Semua bentuk ataupun informasi dan data dalam bentuk apapun, termasuk namun tidak terbatas kepada, dokumen-dokumen, gambar-gambar, spesifikasi-spesifikasi, prototipe-prototipe, contoh-contoh dan hal lain-lain yang serupa yang didapatkan dalam Perjanjian

Kerahasiaan ini oleh **PARA PIHAK** akan tetap menjadi milik dari **PIHAK PERTAMA** dan semua hak atas kekayaan intelektual terhadap informasi tersebut akan tetap menjadi milik **PIHAK PERTAMA**.

11. Perjanjian Kerahasiaan ini hanya untuk keperluan melindungi informasi dan bukan merupakan suatu perjanjian kerjasama, persekutuan, usaha bersama, atau untuk mendirikan suatu bentuk perusahaan atau suatu jenis entitas.
12. Apabila dalam pelaksanaan Perjanjian Kerahasiaan ini terdapat suatu pelanggaran, pada akhirnya akan diselesaikan melalui sanksi hukum sesuai perundang-undangan yang berlaku.

Perjanjian Kerahasiaan ini berisikan keseluruhan kesepakatan antara **PARA PIHAK** dan tidak dapat diubah dengan cara apapun kecuali dengan perubahan secara tertulis yang ditandatangani oleh **PARA PIHAK**.

Demikian Perjanjian Kerahasiaan ditandatangani di Semarang, pada hari Senin tanggal 5, bulan Oktober, tahun 2020, dan permohonan akses data dan kepentingan produk dalam surat permohonan dapat mulai digunakan dari tanggal 10, bulan Oktober, tahun 2020 sampai dengan tanggal 1, bulan Februari, tahun 2021 sesuai dengan surat permohonan yang diajukan. Sebagaimana dimaksud pada awal Perjanjian Kerahasiaan ini, dibuat dalam rangkap 2 (dua) bermaterai cukup dan masing-masing mempunyai kekuatan hukum yang sama.

Jakarta, 6 April 2021

PT GET RUMI

PT YUHU MANJAH

.....

.....

2. Latar Belakang, Permasalahan & Peluang

Wajah merupakan salah satu asset terpenting bagi setiap individu di era sekarang. Muka glowing yang menjadi sasaran setiap individu agar di pandang dan mendapat pengakuan dari berbagai kalangan. Di era 20an ini, banyak sekali terutama generasi millennial yang merasa insecure karena standar kecantikan yang semakin tidak masuk akal. Banyak sekali produk kecantikan dengan kualitas bagus dan harga yang cukup menguras dompet tanpa memikirkan

kalangan bawah yang juga ingin terlihat cantik. Hanya beberapa kalangan saja yang dapat merasakan perawatan bagus dengan hasil yang memuaskan. Padahal hakikatnya semua wanita itu cantik dengan berbagai jenis ukuran, warna kulit, maupun bentuk wajah. Tak banyak orang pede dengan apa yang mereka miliki. Rasa tidak puas seolah sudah tertanam dalam tubuh setiap wanita yang terus ingin terlihat cantik agar dapat 'dipandang' dan 'diakui' berbagai kalangan. Tetapi juga tak sedikit dari mereka yang tidak memiliki cukup budget untuk memenuhi itu. Ada pula berbagai macam jenis masker di pasaran yang terlihat murah namun dengan kualitas yang tidak terlalu baik. Banyak pula berbagai oknum licik yang memanfaatkan 'murah' nya harga tetapi tidak memakai hati dalam meracik dan membuat masker tersebut. Hingga banyak sekali kasus masker palsu dan ditutup paksa saat penggerebekan membuat para wanita takut untuk membeli masker murah dengan ketidak jelasan produk.

Merawat kulit adalah hal yang memang seharusnya di lakukan semua orang baik perempuan maupun laki-laki. Tapi teruntut perempuan mungkin hukumnya wajib karena dapat menarik perhatian laki-laki. Dan semua orang tentunya ingin memakai masker dengan harga rendah-tinggi tentunya dengan kualitas yang bagus dan juga ramah di kantong. Kalo ada yang murah, aman, dan berkualitas kenapa tidak?

Apalagi di jaman pandemi seperti saat ini, muka yang tertutup masker seolah membekap wajah kita dan membuat terlihat kusam dan kurang nutrisi. Perawatan masker sangat efektif untuk membantu merawat kulit dari luar. Tanpa perlu mengaplikasikannya setiap hari membuat masker cukup efektif karena hanya perlu menggunakan 2-3 kali dalam seminggu untuk hasil yang maksimal. Dan di masa seperti ini, sangat di perlukan merawat area wajah yang tertutup masker setiap harinya.

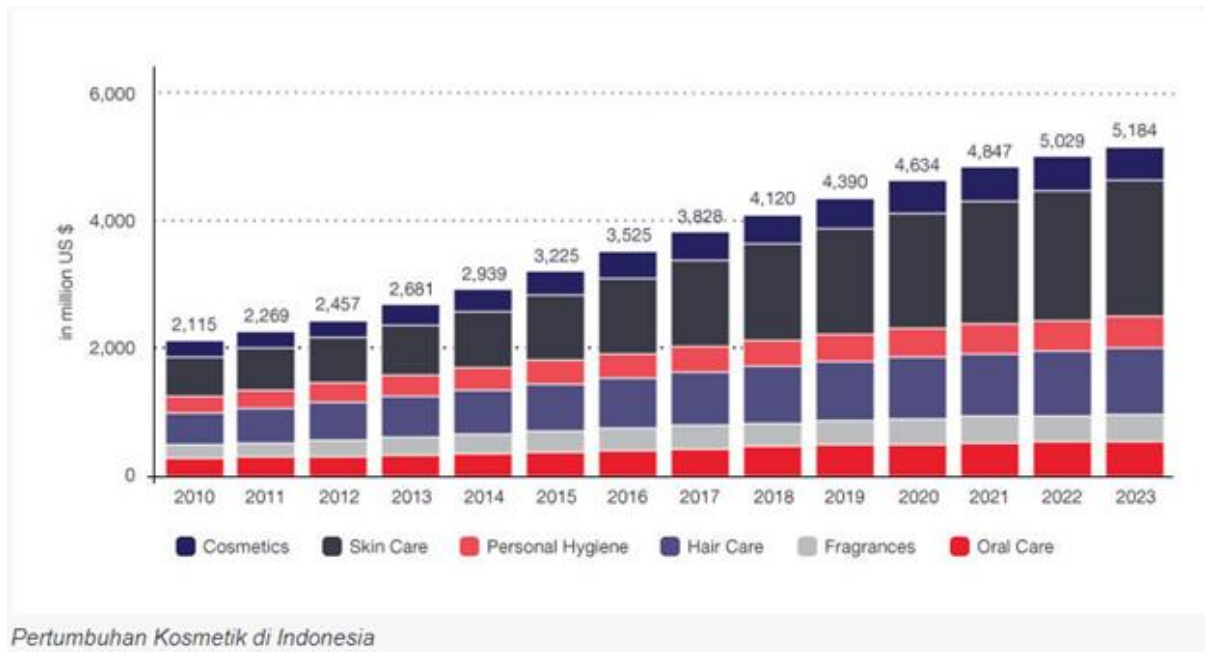
Di karenakan peluang tersebut saya memutuskan untuk membuat produk perawatan kulit dengan beberapa varian agar semua kalangan dapat merasakannya . Dan teruntut kalangan menengah kebawah juga dapat menggunakannya dengan harga yang cukup terjangkau tanpa harus menguras isi dompet dan juga bahan bahan yang digunakan aman. Karena semua berhak merasakan dan membuat diri mereka cantik tanpa pandang bulu.

Di jaman pandemi seperti sekarang ini, "terjangkau" sangatlah di incar dan menjadi highlight setiap orang dalam membeli sesuatu. Penghasilan dan perekonomian yang semakin naik turun membuat orang sedikit ragu untuk mengocek kantong dalam dalam untuk membeli sesuatu. Jenis masker peel off yang nyaman serta diperkaya collagen dan juga vit-c sangat cocok untuk para wanita yang ingin terlihat lebih bersinar. Serta aman di gunakan untuk segala jenis wajah. Dengan harga yang sangat terjangkau membuat semua kalangan menyukainya dan tertarik untuk membeli.

Para ahli kecantikan berpendapat manfaat-manfaat peel off mask tidak jauh berbeda dengan masker yang setelah pemakaiannya harus dibersihkan dengan cara dibilas. Mereka menyatakan istilah peel off mask hanyalah strategi pemasaran para produsen kecantikan dengan menghadirkan sensasi pemakaian masker yang berbeda dibanding masker tradisional lainnya.

Maka dari itu saya memutuskan membuat produk peel off mask jelly yang murah dan terjangkau agar kalangan bawah dapat merasakannya.

Tabel 1 : Pertumbuhan Kosmetik di Indonesia



Sumber : Google Image Tabel Pertumbuhan Kosmetik Indonesia

Dapat di lihat dari grafik di atas bahwa skincare terus akan meingkat sampai 2023 karena sangat di butuhkan semua orang untu perawatan wajah mereka, peluang yang sangat besar ini cocok sekali untuk bisnis GET RUMI INDONESIA.

3.Target Konsumen: Segmentasi, Profil

Target konsumen GET RUMI INDONESIA di kualifikasikan menjadi 4. Yang pertama adalah demografis yang di mana target GET RUMI INDONESIA adalah para wanita dan juga pria. Untuk usia ada di kisaran 15- 25 tahun (remaja) dan 26-35 (dewasa) yang di mana mereka semua masih berada di tingkat SMP,SMA,kuliah serta dunia kerja. Untuk kelas nya kami menargetkan lebih ke middle to lower class karena harga kami yang cukup ekonomis yang dapat di gapai masyarakat middle to lower class.